



コーディネートWebアプリケーション

—FEEL—



— 目次 —

「FEEL」がどのようなものか説明

コンセプトと概要

ターゲット目標

競合設定

ー コンセプト ー

さわ
触れるコーディネートアプリ

ー アプリ名 ー

FEEL

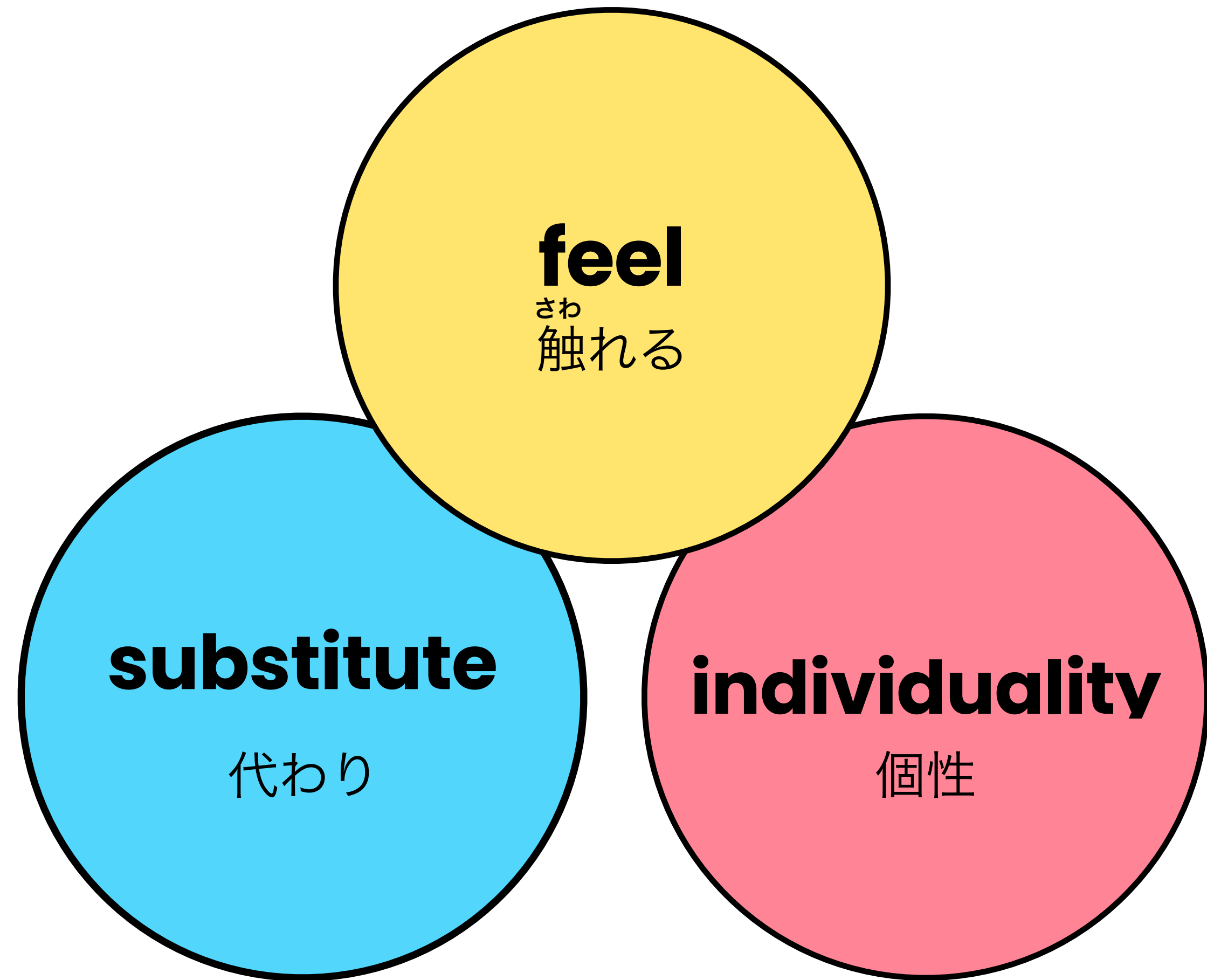
ー コーディネートアプリを開発する意味 ー

服を探すことが楽しいと感じる人がいる一方で、何から見たらいいかわからなかったり、選択肢が多すぎて疲れてしまう人がいます。

しかし、コーディネート簡単に参照できるアプリがあれば、ファッションへの関心が低かったり、得意でないという人も参考にできるので、そこに需要を感じ、コーディネートアプリを提案することにしました。

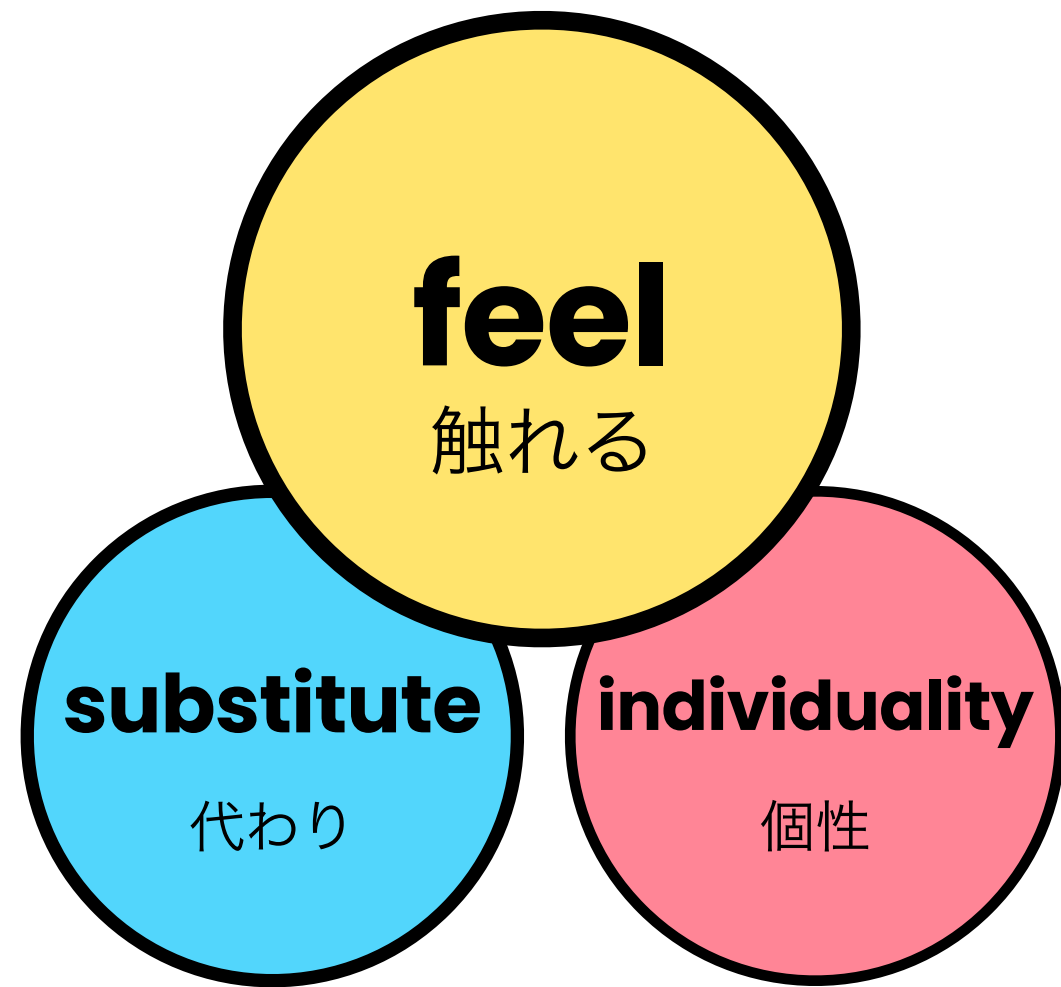
しかし、コーディネートアプリやコーディネートを参照するためのアプリは他にもたくさんあるので、さわれるコーディネートアプリ「FEEL」にしかできない点を説明いたします。

「^{さわ}触れる “コーディネートアプリ” - FEEL - とは



- 「**feel** さわれる」
- 「**substitute** 代わり」
- 「**individuality** 個性」

競合他社には無い
3つの特徴があります



商品の

feel
さわ
触れる

補足説明になるのですが、「さわれる」という英単語は「Touch」になります。しかし「Touch」の少しふれるイメージより「Feel」の感じるというイメージのほうが適していると考え「Feel」という英単語を使用しました。

"ウェブサイトの欠点をカバーする機能"

3DモデルをCLOというアプリで作成しそれをWebアプリの商品ページに搭載します。

3Dモデルを指でふれることによりどの角度でも見ることができ、

画面越しでは伝わりづらい生地感や動き、服の質感を感じることができます。

画面越しでは伝わりづらい生地感や動きを伝えることができる

▷▷ 今までのウェブサイトにはない、新感覚
足を運ばずにリアルな商品を見ることができます。

CLO Virtual Fashion Inc.が提供しているアパレル向けの3DCADツール



3つの利点

生産率の向上

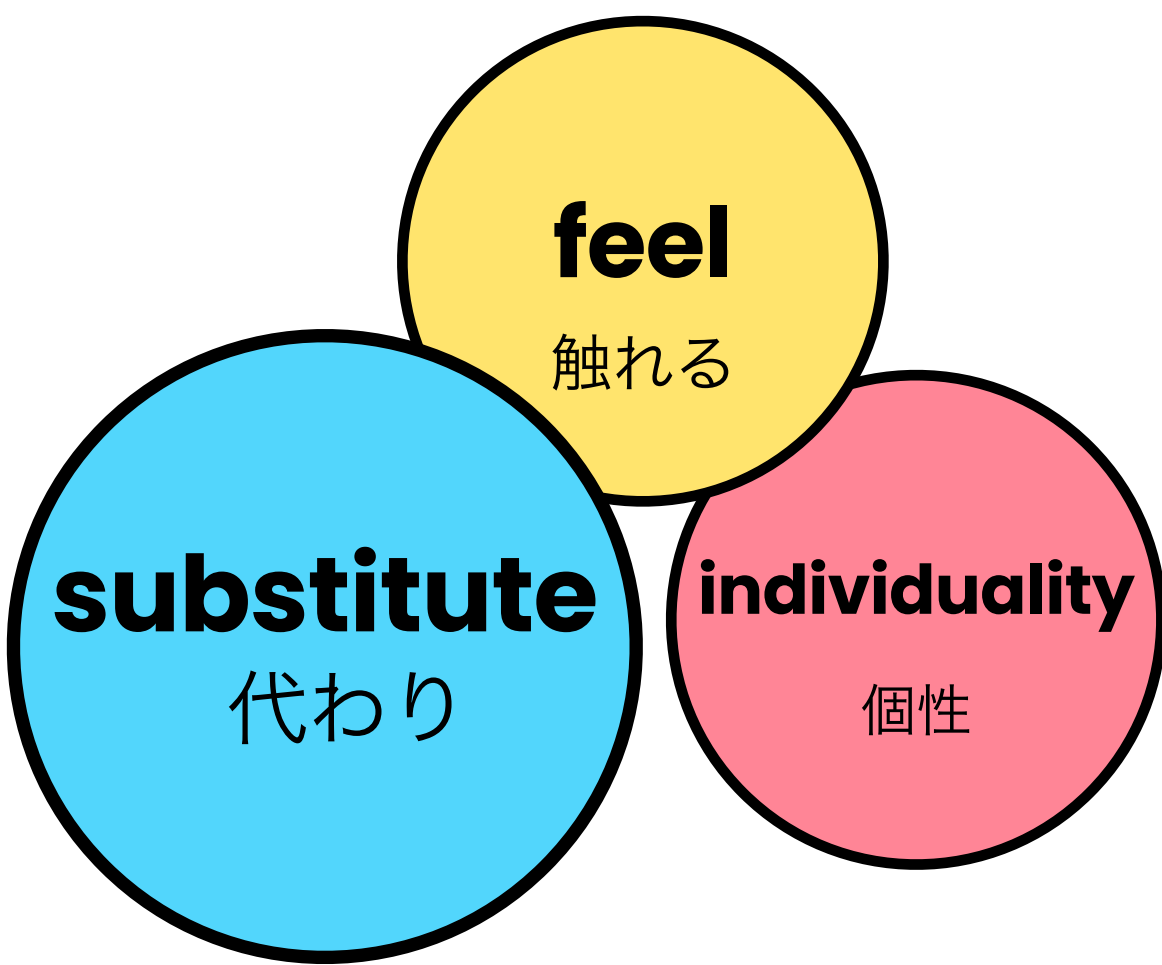
CLOを使用することによって、2Dパターンや、色、テクスチャや生地の物性情報などの変更が即座にシミュレートされるので、完成までのサンプル作成時間を短縮することが可能です。

アパレルCADとのデータ互換性

CLO内で、パターンデータが作成可能なため現在アパレル業界で使われているアパレル用のCADデータなどとも互換性があります。

3Dデータとしての活用

CLOではモデルデータをエクスポートすることができます。パターンデータを3DCGデータ化することでヴァーチャルインフルエンサーやVTuberの衣装としての利用も可能になり、既存のパターンデータを新たな資産として活用することができます。



商品の

substitute

代わり

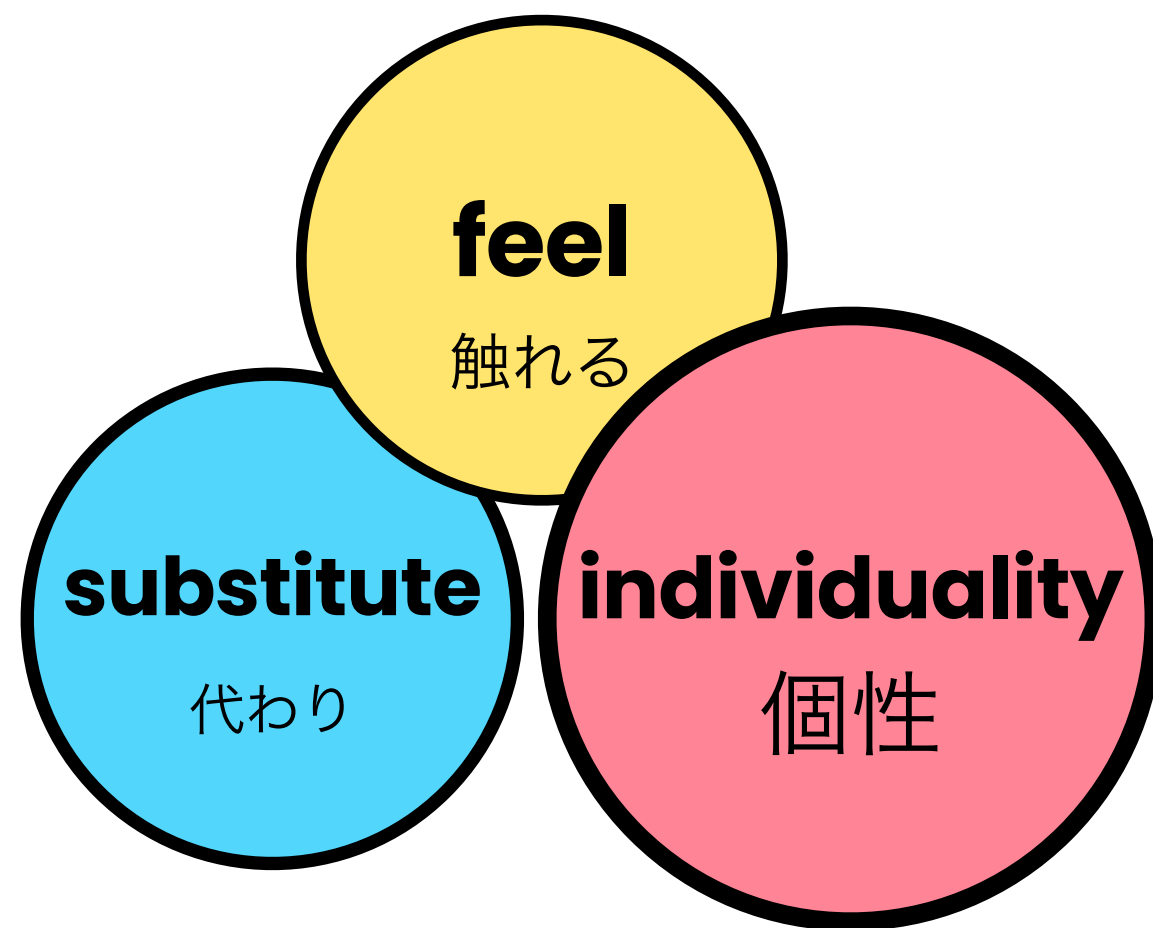
"代わりの商品を提示"

私達がターゲットにしている年齢層は主に学生さんなので

「低価格を重要視」する人が多いと思います。他のコーディネートアプリを使用しているときにアイテムの値段が高くて買えないということがよくある、という意見を聞いたのでそれらの学生さんや低価格帯の商品を好むひとが買いやすいように同じようなアイテムを価格を下げて代用を簡単に見つけられる機能を搭載します。

私たちがターゲットにしている年齢層は主に学生なので価格を重要視する人が多い

▷▷ この機能は特に若者に需要があると考えられます。



商品の

individuality

個性

"商品の持つ強みをお客様にもわかりやすく伝える"

「商品の個性」という意味で品質をわかりやすく提示することで
品質にこだわる層にも目を向けてもらう提案になります。

商品の材質、光沢感、通気性などの各商品の良さをWeb上で説明するのが難しいので
それらの商品の個性をステータス化し、バロメータ表示で表す機能を搭載します。

商品の材質、光沢感、通気性など各商品の良さをWeb上で伝えるのは難しい

▷▷ ステータス化することでひと目で

image target

お洒落初心者～中級者

簡単にイメージしやすいものとしてイメージターゲット
というものを設定しています。こちらのイメージターゲットは
オシャレ初心者～中級者をターゲットとしています。

具体的には、このターゲットは他人よりすこしおしゃれしたい大学生や
服を手軽に簡単に見つけたい大学生を対象とします。

real target

age : 16～22

gender : men,woman

リアルターゲットには具体的な年齢と性別を記載しております。
年齢については 16～22歳の高校生、大学生を対象としています。
このようにリアルターゲットを設定していますが
年齢に関して16～22歳の方だけではなく
年齢を問わず使用していただければいいなと考えています。

Competition 競合

"メリット"

ビジュアル方面に強く
視覚的なPRがしやすい

▶▶ ブランドイメージを固めやすい

"デメリット"

個人の好みによって表示されるものが
選別されていく

▶▶ 見て貰えない層が出てくる

"メリット"

一般人のコーディネート公開できる

▶▶ 参考にしやすく、流行を取り入れやすい

"デメリット"

▶▶ インスタで代わりが効く面が多い

"メリット"

画像検索機能に特化している

▶▶ フォロワーに関係なく
閲覧数を増やすことができる

"デメリット"

画像に写っているアイテムの
購入などではないことが多い

▶▶ ショッピングアプリではない

競合アプリは「Instagram」「WEAR」「Pinterest」です。コーディネートアプリとしての競合は主に「WEAR」となるのですが、コーディネートを探すという目的で「Instagram」や「Pinterest」も使用されているので競合に追加しております。

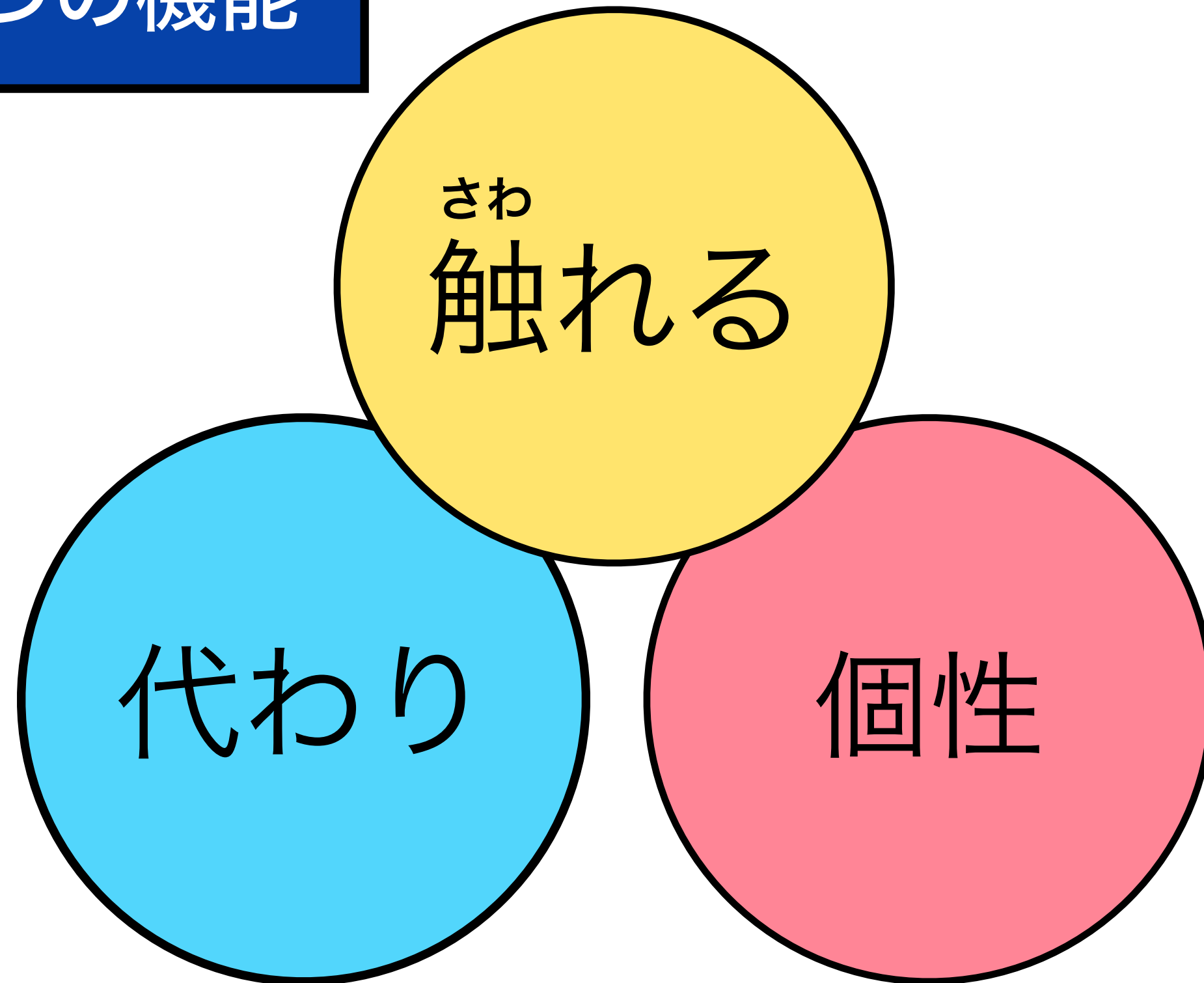
一般的な感覚として、ただコーディネートを提供するアプリになってしまうと、じゃあこれらの競合アプリでいいや。となってしまうと思います。Instagramがヴィジュアル面に優位性があり、PR力もある、コーディネートアプリといえばWEARと認知されている、Pinterestが画像収集に特化している。それらの特徴があるように、私のアプリは「ネットで商品を選ぶ際に、快適に、安心して、購入して頂くこと」に特化しています。コーディネート機能はもちろん、3Dモデルを使ってふれること、値段を抑えた商品で代用できるものを見つけられること、品質をひと目で比べられること、これらの3つの機能は、ネット上でのお買い物をより快適にするための機能です。私は、ネット上で商品売るには、商品の持つ特性や、その扱い方や使い方をどれだけ伝えられるかが重要な要素だと考えています。

まとめ

"企画内容"

コーディネートアプリ
FEEL

"3つの機能"



"コンセプト"

さわ
触れるコーディネートアプリ

"ターゲット"

image target

お洒落初心者～中級者